

KOULUTTAJAN OHJE: Osastoviestinnän perusteet

Tervetuloa kouluttamaan osastoviestinnän perusteita!

Osastoviestinnän perusteet on kolmen tunnin koulutus, johon voi osallistua kuka tahansa viestinnästä kiinnostunut Punaisen Ristin vapaaehtoinen. Koulutus antaa perustiedot Punaisen Ristin viestinnän tavoitteista, työnjaosta ja viestinnän suunnittelusta. Se tutustuttaa esimerkkeihin onnistuneesta osastoviestinnästä sekä kertoo mitä tukea ja apua viestinnän tuottamiseen on tarjolla.

Koulutus innostaa osallistumaan oman osaston viestinnän tekemiseen ja suunnitteluun. Parhaimmillaan koulutus voi toimia ponnahduslautana osaston tiedottajaksi.

Osastoviestinnän perusteet -pilottikoulutuksen (1/2019) osallistuja kiteytti palautteessaan koulutuksen merkityksen: *”Koulutuksesta on hyötyä kaikille Punaisen Ristin ihmisille. Olemme kaikki viestijöitä. Varsinkin pienessä osastossa aktiivijäsenet pääsevät/joutuvat tekemään viestintää.”*

Viestinnän koulutuskokonaisuuden ensimmäinen moduuli

Vapaaehtoisten viestintäkoulutukselle on Punaisessa Ristissä suuri tarve. Suomen Punainen Risti on sitoutunut 2018-2020 toimintalinjauksessaan kehittämään vapaaehtoisten koulutusjärjestelmää ja koulutusta. Tämä koulutus edistää toimintalinjauksen tavoitetta: *”Punaisen Ristin työntekijät ja vapaaehtoiset edustavat järjestöä periaatteiden mukaisesti ja viestivät tarkoituksenmukaisesti järjestön toiminnasta”.*

Osastoviestinnän perusteet -koulutus on ensimmäinen viestinnän koulutuskokonaisuuteen kuuluva moduuli. Toinen moduuli on Sosiaalisen median käyttö osastoissa.

Kohderyhmä: osaston toiminnassa oleva vapaaehtoinen

On tärkeää, että mahdollisimman monella vapaaehtoisella on perustiedot viestinnästä sekä siitä, miten itse voi osallistua osaston viestintään. Varsinkin pienissä osastoissa monet aktiivijäsenet tekevät viestintää ilman nimettyä tiedottajaa tai yhteistyössä tiedottajan kanssa.

Osastoviestinnän perusteet -koulutus on tarkoitettu kenelle tahansa osaston toiminnassa olevalle vapaaehtoiselle, joka on kiinnostunut viestinnästä. Koulutuksesta on erityisen paljon apua, jos osallistuu osastoviestinnän tekemiseen tai tavoitteena on toimia osaston tiedottajana tai osana ison osaston viestintätiimiä.

Punaisen Ristin periaatteet ovat koulutukseen osallistuvalla vapaaehtoisella jo tuttuja. Niitä ei käydä koulutuksessa läpi. Koulutuksessa ei myöskään opeteta viestinnän erityistaitoja kuten tiedotteen tai somepostauksen kirjoittamista tai valokuvaamista. Käytännön osaamista voi oppia ja vahvistaa muissa viestinnän moduuleissa. Lisäksi RedNetin Tieto ja taito -osiossa sekä viestinnän kouluttajat -ryhmässä on tarjolla viestintämateriaaleja.

Koulutukseen voi osallistua maksimissaan 16 ihmistä. Kolmen tunnin kokonaisuudessa on reilun tunnin teoriaosuus ja noin 1,5 tunnin käytännön harjoitus viestinnän suunnittelusta.

Koulutuksen päätavoitteet

Koulutuksen käytyään osallistuja

- tietää, miksi Suomen Punainen Risti viestii
- on tutustunut siihen, miten viestintää voi suunnitella ja tuottaa osastossa
- on tutustunut käytännön esimerkkeihin onnistuneesta osastoviestinnästä
- tietää, mitä valmiita Punaisen Ristin viestintämateriaaleja on olemassa ja osaa hyödyntää niitä

Kouluttajien valmennus

Tätä moduulia kouluttavat ensisijaisesti piirien nimeämät vapaaehtoiset kouluttajat, joilla on joko viestinnän koulutusta, työkokemusta tai molempia. He ovat saaneet perehdytyksen koulutuksen pitämiseen keskuustoimiston viestinnän asiantuntijoilta. Jokaiseen piiriin nimetty vapaaehtoisten viestintäkoulutuksen yhteyshenkilö (1 hlö/piiri) on hyväksynyt oman piirin vapaaehtoiset kouluttajat opetusnäytteet.

Piirien nimeämät yhteyshenkilöt ovat myös itse käyneet osastoviestinnän perusteet -koulutuksen. He tukevat viestinnän vapaaehtoiset kouluttajia: vastaavat mahdollisiin kysymyksiin ja edistävät koulutusten järjestämistä suunnittelemalla koulutustapahtumia tai liittämällä ne osaksi piirin muita tapahtumia.

Koulutuksen vetämistä varten tarvitset:

- Kannettavan tietokoneen ja verkkoyhteyden (jotta voit näyttää esim. aineistopankista tai verkkosivuilta esimerkkejä)
- Osastoviestinnän perusteet power point -diat ja Punainen Risti kuvina -diaesityksen RedNetistä
- Viestintäsuunnitelmia A3-koossa RedNetistä sekä tussuja ja fläppitauluja ryhmätyötä varten
- Palautelomakkeita RedNetistä
- Halutessasi voit printata Punaisen Ristin vuosikello -monisteita RedNetistä

Osallistujien ennakovalmistautuminen ja mahdolliset ennakkotehtävät

Jos mahdollista, osallistujia voi pyytää ennen koulutusta tutustumaan Punaisen Ristin viestintäkanaviin (punainenristi.fi, somekanavat, RedNet) sekä kirjautumaan aineistopankkiin.

Linkit kaikkiin RedNetissä oleviin materiaaleihin, verkkosivuille, some-kanaviin ja aineistopankkiin ovat tämän ohjeen lopussa, kohdassa 'liitteet'.

Voit pyytää tarvittaessa apua piiritoimistosta materiaalien keräämiseen.

TOTEUTUSOHJE

Koulutuksen aloitus (15 min)

- Punainen Risti kuvina -diaesitys (pyörii koulutustilassa tauotta ennen koulutuksen aloittamista, kesto 1:45)

Innosta osallistujat ymmärtämään viestinnän merkitys Punaisessa Ristissä ja tuntemaan, että jokainen voi olla osa järjestön viestintää.

Esittele itsesi ja tuo esiin oma kokemuksesi ja innostuneisuutesi viestintään. Tutustu osallistujiin ja tutustuta heidät toisiinsa. On tärkeää, että koko ryhmä kuulee, millaista osastoviestinnän kokemusta osallistujilla on.

Tutustuminen ja ryhmäytyminen, "ice breaker(s)"

Valitse itsellesi sopiva toteutustapa. (Voit hyödyntää kouluttajakoulutuksen välineosassa harjoiteltuja menetelmiä.) Esim.:

- Perinteinen esittelykierros: jokainen osallistuja kertoo nimensä, missä osastossa toimii ja millaista osasto- tai muuta viestintäkokemusta hänellä on.
- Esittely pareittain: parit esittelevät itsensä toisilleen (samaa tapaan kuin perinteisessä esittelykierroksessa: nimi, mikä osasto, viestintäkokemus) 2 minuutissa. Jokainen esittelee lyhyesti oman parinsa muille osallistujille (2 minuuttia/pari).
- Käytä jotain muuta itsellesi tuttua 'tutustumismenetelmää'.

Huom! Jos haluat säästää aikaa, perinteinen esittelykierros on yleensä nopein tutustumistapa (erityisesti jos ryhmässä on yli kymmenen osallistujaa). Muutenkin tutustuminen ja ryhmäytyminen kannattaa pitää lyhyenä (max 10 min), jotta koulutuksen aikataulu pitää.

Koulutussisältö 1 (5 min) Tavoitteet ja ohjelma, dia 2-4

Dia 2

Alussa on hyvä mainita, että Punainen Risti kehittää toimintalinjauksen (2018-2020) mukaisesti vapaaehtoisten koulutusjärjestelmää ja koulutusta. Tämä osastoviestinnän perusteet -koulutus on ensimmäinen viestinnän koulutuskokonaisuuteen kuuluva moduuli. (Toinen on sosiaalisen median käyttö osastoissa.)

Kerro, mikä on Osastoviestinnän perusteet -koulutuksen kohderyhmä:

- Koulutus on tarkoitettu kaikille Punaisen Ristin toiminnassa oleville vapaaehtoisille, jotka ovat kiinnostuneita osastoviestinnästä.
- Koulutus voi toimia ponnahduslautana hakeutua osaston tiedottajaksi tai viestintätiimin jäseneksi (isot osastot).

Käy lyhyesti läpi koulutuksen tavoitteet (dia 3) ja aikataulu (dia 4).

Dia 3

Koulutuksen käytyään osallistuja

- tietää, miksi Suomen Punainen Risti viestii
- on tutustunut siihen, miten viestintää voi suunnitella ja tuottaa osastossa
- on tutustunut käytännön esimerkkeihin onnistuneesta osastoviestinnästä
- tietää, mitä valmiita Punaisen Ristin viestintämateriaaleja on olemassa ja osaa hyödyntää niitä

Voit kertoa myös:

- Koulutuksessa EI käydä läpi yksittäisiä viestintäkanavia eikä opetella viestinnän erityistaitoja kuten tiedotteen tai somepostauksen kirjoittamista tai esim. valokuvausta. RedNetin Tieto ja taito -osiossa sekä viestinnän kouluttajien ryhmässä on viestintämateriaaleja, joita voi hyödyntää (katso linkit kouluttajan ohjeet lopussa).
- Somenkäyttö osastossa on oma koulutuksensa. Lisää moduuleja suunnitellaan valmistuvaksi vuonna 2020.

Dia 4

Esittele koulutuksen pääteemat ja aikataulu:

- Koulutus on kolme tuntia kestävä kokonaisuus, jossa on
 - o teoriaa n. tunti
 - o 15-30 minuutin tauko
 - o viestinnän suunnittelua koskeva käytännön harjoitus, johon varataan reilu tunti.

- lopetus ja yhteenveto 15 min
- Teorian osa-alueet:
 - Viestintäympäristö ja osaston valmius viestiä
 - Suomen Punaisen Ristin viestinnän tavoitteet
 - Osastoviestinnän kanavat ja kohderyhmät
 - Viestinnän työnjako ja osaston rooli
 - Viestinnän suunnittelu
 - Esimerkkejä onnistuneesta osastoviestinnästä
 - Viestintämateriaalit
- **Huom! Kannattaa huolehtia, että teoriaosuus olisi pisimmillään 1 h 15 min, jotta koulutus pysyy aikataulussa.** Kouluttaja voi sopia ryhmän kanssa, riittääkö yksi puolen tunnin tauko, vai onko lyhyempiä taukoja kaksi.

HUOM! Tässä kohtaa voit joko

- a) kertoa osallistujille mitä viestinnällä tarkoitetaan tässä koulutuksessa.

Viestintä: On joku asia/viesti (esim. ”Tule mukaan Nälkäpäiväkerääjäksi”), jonka haluamme kertoa jonkun kanavan (esim. paikallismedia, Facebook, verkkosivu) kautta tietyille kohderyhmälle (esim. lukiolaiset).

TAI

- b) ottaa lopusta vaihtoehdoisen PARIPORINA -tehtävän: mitä viestintä on? (dia 41)

Tavoite: Selkiyttää osallistujille mitä osastoviestintä on.

Tehtävä: Keskustele parin kanssa muutama minuutin ajan: Mitä viestintä on? Mitä osa-alueita kuuluu osastoviestintään?

Purku: (n. 5 min) Jokainen pari esittelee yhden kohdan.

Kohta b siinä tapauksessa, että osallistujille ei ole selvää, mitä viestintä on ja/tai heistä suurin osa ei ole tehnyt minkäänlaista viestintää (tämä selviää tutustumiskierroksella).

Koulutussisältö 2 (10 min) Viestintäympäristö ja osastoviestinnän rooli, diat 5-6

On olennaista hahmottaa, millaisessa ympäristössä viestintää tehdään tänä päivänä. Viestintäympäristö on muuttunut valtavasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tulevia muutoksia voi vain arvailla.

Dia 5

Elämme viestintäympäristössä, joka on hereillä kaiken aikaa (24/7).

- Media julkaisee uutisia ympärivuorokautisesti, joten se tarvitsee koko ajan uusia juttuja ja kuvia. Tämä vaikuttaa myös järjestöviestintään.
 - Tiedote saattaa mennä läpi ns. virka-ajan ulkopuolella (jos uutinen on tärkeä/kiinnostava), ja toimittajat saattavat soittaa järjestön viestintään tai yhteyshenkilöille myös illalla tai viikonloppuna.
- Suurin osa tiedosta on verkossa ja saatavana kaiken aikaa. Myös järjestön viestinnässä on pyrittävä siihen, että olennainen tieto löytyy verkosta ja googlettamalla (hakukoneilla).

- Sosiaalisen median merkitys on valtava. Suuri osa ihmisistä on 'somessa' ja uutisia luetaan entistä enemmän somesta, josta ne myös leviävät.
 - Jokainen voi olla 'toimittaja' somessa. Jos käyttäjällä on paljon seuraajia, somepostaus voi levitä nopeasti - jopa maailmanlaajuisesti. Esimerkkinä #MeToo -kampanja. Vertaisviestintää ja vertaisten kokemuksia arvostetaan (esim. vapaaehtoiset viestivät vapaaehtoisille).
 - Myös perinteinen media ottaa yhä useammin puheenaiheita somesta.
 - Somessa kaikki tapahtuu nopeasti ja ympärivuorokautisesti. Etenkin Punaisen Ristin valtakunnallisissa somekanavissa kaksi tuntia voi olla pitkä aika - somea on seurattava ja reagoitava todella nopeasti. (Negatiivisiin kommentteihin vastaamisessa kannattaa ottaa pieni aikalisä, miettiä vastaus huolellisesti ja olla aina ystävällinen ja asiallinen.)
 - Ihmiset elävät erilaisissa 'viestintäkuplissa': seuraavat tiettyjä some-kanavia. Esim. lapset seuraavat eri kanavia kuin omat vanhemmat.
- Millään yhdellä medialla ei tavoita enää kaikkia ihmisiä, ellei kyseessä ole hyvin suuri uutinen (joka leviää hetkessä kaikkialla, sekä somessa että perinteisessä mediassa).
- Visuaalisuus – kuvien merkitys on erittäin suuri, erityisesti somessa.
 - Media saattaa julkaista myös järjestön ottamia/lähettämiä kuvia, jos omaa kuvamateriaalia ei ole.
 - Kännykkäkuva saattaa 'riittää', jos aihe on tarpeeksi tärkeä. Toisinaan kännykkäkuva voi toimia viestinnällisesti paremmin kuin ammattilaisen ottama. Kännykkäkuvista välittyy aitous ja ne voivat erottua mainosmaisesta sisällöstä.

Dia 6

Miten osasto toimii tällaisessa viestintä- ja mediaympäristössä?

On tärkeää, että osastolla on valmius viestiä: Osastolla on valmiina esim. somekanava (osaston oma facebook – sivu tai twitter-tili), jotta sitä voi käyttää, kun on tarve. Myös omat RedNet -sivut on hyvä olla olemassa. Osaston keskeisten toimijoiden Watsap -ryhmä helpottaa sisäistä viestintää.

Lisäksi osaston tiedottajalla/viestintätiimillä/puheenjohtajalla on hyvä olla paikallismedian (ja muiden yhteistyökumppaneiden, esim. viranomaiset, VaPePa jne.) yhteystiedot. Paikallismedian toimittajiin kannattaa luoda yhteydet: kun jotain tapahtuu, on helppo ottaa yhteyttä tuttuihin toimittajiin.

Millainen on hyvä mediatiedote? Katso malli RedNetin Tieto ja taito -osiosta tai viestinnän kouluttajien ryhmästä (linkit kouluttajan ohjeen lopussa).

Dia 7

Esimerkki onnistuneesta osastoviestinnästä Hyrynsalmelta:

Vuonna 2017 pieni Hyrynsalmen osasto Kainuussa sai keskimäärin 0-5 reaktiota Facebook-julkaisuihinsa. Keskellä talvea alueen sähköverkkoon tuli merkittävä häiriö, veden saanti vaikeutui ja lämmitys katosi osalta asukkaista.

Osasto kertoi Facebook-sivullaan, että kunnantalo on avattu asukkaille keitto- ja peseytymismahdollisuuksia varten ja että hätämajoituksen järjestäminen on mietinnässä (*Voit lukea FB-päivityksen ääneen.*)

Osasto tavoitti suuren osan kunnan asukkaista yhdellä Facebook-postauksella, joka sai 131 jakoa!

Mitä tästä voi oppia:

- Silloin kun jotain tapahtuu, viestinnällä voi olla yllättävän suuri tilaus ja mittaamaton arvo.
- Poikkeuksellisessa tilanteessa on tärkeää kertoa, miten Punainen Risti auttaa. On tärkeää, että on olemassa kanava, jolla tavoittaa ihmiset.
- Yksinkertaisellakin viestinnällä voi saada hyvän näkyvyyden, kun tarttuu johonkin uutisissa esillä olevaan asiaan.

Huom! Voit myös mainita, että jos kyse on valtakunnallisen uutiskynnyksen ylittävästä onnettomuudesta tai tapauksesta, jossa osasto auttaa (esim. Vapepa osallistuu kadonneen etsintään, vapaaehtoiset antavat henkistä tukea jne.), on hyvä ottaa yhteyttä piiriin, joka ottaa yhteyttä keskustuomiston viestintään. Keskustuomisto tukee piiriä ja osastoa viestinnässä, ja saattaa ym. tilanteissa olla yhteydessä suoraan vapaaehtoiseen esim. haastattelua varten.

Koulutussisältö 3 (5-10 min) Suomen Punaisen Ristin viestinnän tavoitteet ja miksi järjestö viestii? Diat 8-11

Dia 8

Viestinnän avulla edistämme ja toteutamme Punaisen Ristin visiota, joka on olla 'Rohkea ja luotettava auttaja kotona ja maailmalla'. Tämä on kirjattu vuosien 2018-2020 toimintalinjaukseen.

Toimintalinjauksessa määritellään järjestön neljän päätavoitetta:

1. Tehokas auttaminen meillä ja maailmalla
2. Vahvan yhteisöllisyyden rakentaminen sekä hyvinvoinnin ja turvallisen elämän vahvistaminen

3. Rohkea vaikuttaja – asiantunteva inhimillisyyden puolustaja

4. Vetovoimainen ja uudistuva vapaaehtoisjärjestö

Viestintä on osa jokaista tavoitetta; mutta viestinnän tavoitteita on kirjattu erityisesti kolmoskohtaan (rohkea vaikuttaja – asiantunteva inhimillisyyden puolustaja). Strategisesti viestinnän tulee heijastaa kolmea tavoitetta:

- Kuuntelemme avun tarpeessa olevia ja vahvistamme heidän ääntään
- Puolustamme inhimillisyyttä
- Periaatteet ohjaavat viestintäämme

Dia 9 Mietitään nyt yhdessä, miksi Punainen Risti viestii?

Kysy osallistujilta: Mitä ajatuksia teille tulee, miksi Punainen Risti viestii?

Diat 10-11

Viestinnän avulla

- Punainen Risti tunnetaan ja järjestöstämme muodostuu hyvä mielikuva
 - Kun kerromme itsestämme, toimintamme tunnetaan: saamme uusia jäseniä, vapaaehtoisia, tukea, lahjoituksia jne. Viestimällä edesautamme sitä, että järjestöstämme muodostuu mielestämme 'oikeanlainen' kuva.
- Otamme kantaa inhimillisyyden puolesta
 - Voit kertoa inhimillisyyden periaatteesta: Inhimillisen kärsimyksen estäminen ja lievittäminen kaikin tavoin on Punaisen Ristin tärkein tehtävä ja toiminnan päämäärä. Sen tavoitteena on suojella elämää, terveyttä ja ihmisarvoa. Inhimillisuus edistää ihmisten välistä ymmärrystä, ystävyyttä, yhteistyötä ja pysyvää rauhaa.
- Innostamme ihmisiä jäseniksi, vapaaehtoisiksi, lahjoittajiksi, verenluovuttajiksi

- Tarvitsemme jatkuvasti lisää ihmisiä toimintaamme (uusia jäseniä, erityisesti uusia *nuoria* vapaaehtoisia)
- Ihmiset tietävät toiminnastamme ja sen tuloksista
 - Meillä on myös velvollisuus kertoa toiminnastamme (esim. velvollisuus kertoa lahjoittajille, mihin Nälkäpäivänä kerätyt rahat menevät)
- Yhteistyö toimii järjestön sisällä
 - On tärkeää viestiä sisäisesti keskustoimiston, piirien ja osastojen välillä, omille jäsenille, vapaaehtoisille ja kansainvälisessä henkilöreservissä oleville (avustustyöntekijöille).
- Voimme kiittää kerääjiä, lahjoittajia, jäseniä ja vapaaehtoisia
 - Kiitos on 'palkka' tärkeästä vapaaehtoistyöstä, lahjoituksesta, ajan antamisesta auttamiseen.
- Viestimme ja keskustelemme
 - järjestön/osaston sisällä – sisäinen viestintä
 - järjestöstä/osastosta ulospäin – ulkoinen viestintä

Koulutussisältö 4 (5 min) Sisäinen ja ulkoinen viestintä, kohderyhmät ja kanavat Diat 12-14

Dia 12

Viestintä on sisäistä tai ulkoista, ja on tärkeää määritellä viestinnän kohderyhmä.

Sisäisellä ja ulkoisella viestinnällä on eri tavoitteet, kohderyhmät, sisällöt ja kanavat.

Kun viestintä suunnitellaan tietylle kohderyhmälle, se on ymmärrettävää ja kohderyhmää kiinnostavaa. Lisäksi se saavuttaa oikeat ihmiset.

Punaisen Ristin sisäisen viestinnän kohderyhmiä ovat esim. osaston vapaaehtoiset/jäsenet, keskustoimiston tai piirin työntekijät. He tuntevat jo Punaisen Ristin ja sen toiminnan perusasiat. Lisäksi he ymmärtävät ns. 'sisäpiirin' käsitteet: kaikkia asioita ei välttämättä tarvitse selittää samalla lailla kuin niille, jotka eivät ole Punaisen Ristin toiminnassa mukana.

Ulkoisen viestinnän kohderyhmiä ovat ihmiset, jotka eivät ole toiminnassa mukana: esim toimittajat, viranomaiset, avunsaajat jne. Heille viestimisessä on tärkeää avata toiminnan perusasiat tai hankalat käsitteet.

Dia 13

Tässä on kuvattu osastoviestinnän kohderyhmiä: sinisellä ulkoisen viestinnän ja punaisella sisäisen viestinnän kohderyhmiä. *Voit kysyä: Puuttuuko tästä joku esim. teidän osastolle tärkeä kohderyhmä?*

On tärkeää viestiä mahdollisuuksien mukaan ensin niille ihmisille, joita asia koskettaa.

Jokainen voi tuottaa ideoita ja materiaaleja osaston viestintään, koska osaston tiedottaja ei voi olla joka paikassa läsnä. Viestinnän koordinaatio ja yhteydet piiriin ja keskustoimiston viestintään ovat kuitenkin tiedottajan tehtäviä.

Dia 14

Osastolla voi olla paljonkin eri viestintäkanavia. Tässä ulkoiset kanavat on merkitty sinisellä ja sisäiset kanavat punaisella.

Ns. viralliset kanavat, jotka jokaisella osastolla on käytössä ovat RedNet ja Oma Punainen Risti. Lisäksi osastolla voi olla omia some-kanavia, esim. osaston oma Facebook-sivu. Osaston kannattaa valita itselleen tärkeimmät ulkoisen viestinnän kanavat. Paikallismediaan kannattaa luoda suhteita ja tutustua toimittajiin, jotka ovat kiinnostuneita kirjoittamaan Punaisen Ristin toiminnasta.

Osastolla voi olla myös sisäisiä someryhmiä, esim. ensiavun Facebook -ryhmä. Kannattaa kuitenkin muistaa, että lähtökohtaisesti myös someryhmissä viestiminen on julkista.

Osaston jäsenkirje on tärkeä sisäisen viestinnän kanava: muista kertoa siellä kaikkia koskettavista asioista. Kaikki jäsenet eivät tunne Punaista Ristiä ja osastoa hyvin. Se kannattaa huomioida viestinnässä.

Osaston kannattaa valita tärkeimmät viestintäkanavat, joissa ainakin viestitään!

Dia 15 Oma Punainen Risti

Voit kysyä: kuinka moni on rekisteröitynyt Omaan?

Dia 16

Omaan on kirjautunut jo yli 8 000 vapaaehtoista (tammikuu 2020).

Oma Punainen Risti eli Oma on Suomen Punaisen Ristin vapaaehtoisten tietojärjestelmä, joka toimii myös mobiilisti. Järjestelmässä voi asioida suomeksi ja ruotsiksi. Käytännössä kaikki Punaisen Ristin uudet verkon kautta tulevat vapaaehtoiset rekisteröityvät nykyisin Oman kautta. Oma voivat käyttää sekä olemassa olevat että uudet vapaaehtoiset.

Oma on osastojen vapaaehtoistoiminnan näyteikkuna: siellä on tietoa tapahtumista, vapaaehtoistehtävistä ja kurseista. Lisäksi se tarjoaa uusia mahdollisuuksia osaston sisäiseen viestintään.

Jokainen vapaaehtoinen luo Omaan profiilin, jossa kertoo taidoistaan ja kiinnostuksen kohteistaan. Siten Punainen Risti saa ennennäkemättömän määrän tietoa omista vapaaehtoisista.

Osallistujia saattaa askarruttaa: mikä on Oman ja RedNetin ero.

Vastaus: RedNet on tietopankki, jossa on vapaaehtoisille hyödyllisiä materiaaleja. Osaston on hyvä pitää siellä olevat yhteystiedot ajan tasalla. Oma on vapaaehtoisten tietojärjestelmä, jossa on ajantasainen tieto vapaaehtoisryhmistä ja koulutuksista. Uudet vapaaehtoiset ilmoittautuvat Oman kautta.

Koulutussisältö 5 (5 min) Viestinnän työnjako Punaisessa Ristissä ja osaston sisällä Diat 17-19

Dia 17

Punaisen Ristin organisaatiossa keskuustoimistolla, piireillä ja osastoilla on omat viestintätehtävänsä. Keskuustoimiston viestintä vastaa esim. valtakunnallisesta ulkoisesta viestinnästä ja koordinoi sitä.

Osastoilla on erittäin tärkeä rooli paikallisessa viestinnässä: huolehtia siitä, että tieto kulkee sisäisesti ja siitä, että Punainen Risti näkyy omalla paikkakunnalla.

Kaikilla 12 piirillä on alueellinen viestintävastuu: toiminnanjohtaja on piirin kasvot ulospäin ja vastaa piirin viestinnästä. Lisäksi piirit tukevat osastoja viestinnässä. Monissa piireissä on kummeja, jotka tukevat osastoja.

Dia 18

Keskuustoimiston viestintä vastaa

- Punaisen Ristin mediasuhteista
- kampanjoista, kannanotoista ja valtakunnallisista viesteistä
- sisällön tuottamisesta eri viestintäkanaviin
- some-keskustelujen moderoinnista
- viestintäsuunnitelmien tekemisestä
- viestintämateriaalien tuotannosta

- piirien, osastojen ja laitosten (Kontti, Nuorten turvatalo) viestinnän tukemisesta

On hyvä huomata, että KT:n viestintä ei tuota kaikkea viestintää. Moni asia syntyy yhteisponnistuksen tuloksena, esim. erilaiset viestit. Piirit ja osastot tekevät myös samoja asioita kuin KT (esim. mediatyö, viestinnän suunnittelu), mutta alueellisesti ja paikallisesti.

Dia 19

Tässä on esimerkki viestinnän työnjaosta osastossa. Roolit ovat j-kortin mukaiset. Työnjaon voi kuitenkin hoitaa monella eri tavalla, koska jokainen osasto on erilainen.

Osastoissa, joissa ei ole nimettyä tiedottajaa, viestintää saattaa hoitaa puheenjohtaja ja/tai ryhmä ihmisiä, jotka ovat viestinnästä kiinnostuneita.

Joissain isoissa osastoissa on viestintätiimi vapaaehtoisille, jotka hoitavat viestintätehtäviä vuorovedoin. Katso Kallio-Käpylän osaston viestintävinkki RedNetistä: <https://rednet.punainenristi.fi/node/58303>

Tiedottajan tehtävä yksin voi olla työläs, koska viestintäkanavia on paljon. Kannattaa harkita työn jakamista ja tehtävän hoitamista pari- tai yhteistyönä. **Paras viestintä syntyy yhdessä!**

Yleensä puheenjohtaja on osaston kasvot ulospäin, hän hoitaa esim. haastattelujen antamisen medialle.

Toimintaryhmien vetäjillä on tärkeä rooli tuottaa viestintään materiaalia: voivat esim. ottaa kuvia (jos intoa/taitoa) tai vinkata tapahtumista, joista kannattaisi viestiä. He voivat myös olla haastateltavina oman ryhmän toimintaan liittyvissä asioissa.

Sihteerin tehtävä on arkistoida sekä mahdollisesti viestiä sidosryhmille.

Jäsenmestari viestii jäsenille. Jokainen vapaaehtoinen voi viestiä omissa kanavissa Punaisesta Rististä sekä tarjota tiedottajalle aiheita tai materiaalia.

Koulutussisältö 6 (10 min) Viestinnän suunnittelu (suunnitelma, viestit, visuaalisuus) Diat 20-25

Dia 20

Monilla osastoilla on vuosittainen toimintasuunnitelma, jossa määritellään mitä osasto tekee ja mihin asioihin osasto haluaa vaikuttaa. Usein suunnitelmassa mainitaan myös mistä aiheista osasto viestii (esim. Nälkäpäivästä, ystävänpäivästä, Punaisen ristin paikallisesta tapahtumasta jne.) On hyvä miettiä etukäteen ainakin pari asiaa, josta osasto viestii vuoden aikana.

Dia 21

Viestintää osastossa kannattaa suunnitella, koska

- tavoitteellisuus helpottaa työnjakoa ja käytännön työtä
- siten voi vähentää turhaa työtä, kiirettä ja painetta
- usein viestinnästä tulee siten laadukkaampaa ja tehokkaampaa (kuin jos tarttuu suunnittelematta yhtäkkiä asiaan)

Tässä on esimerkki yksinkertaisesta viestintäsuunnitelmasta, josta on apua, kun miettii viestinnän painopisteitä. On hyvä määritellä mikä on viestinnän tavoite, itse viestintäteko (esim. tiedote, some-postaus jne.), kohderyhmä, viestit (mitä viestinnässä halutaan sanoa), dead line – milloin viestintä pitää olla valmis, viestinnäntekijä sekä mittarit, jos mahdollista (miten viestinnän onnistumista mitataan).

Tauon jälkeen käytännön harjoituksessa pääsemme suunnittelemaan viestintää tämän pohjan avulla.

Dia 22

Osaston viestintä on siis hyvä suunnitella kerralla koko vuodeksi toimintasuunnitelman rinnalle. Apuna voi käyttää Punaisen Ristin vuosikelloa. Onko tämä teille tuttu?

Tähän on merkitty Punaisen Ristin kampanjat sekä tärkeät viestintäteemat kuukausittain. Vuoden 2020 vuosikellon voi ladata Punaisen Ristin aineistopankista: <https://aineistopankki.punainenristi.fi/f/c/fj>

Valtakunnallisissa kampanjoissa osaston tukena on valtakunnallinen viestintä ja sen tuoma näkyvyys sekä keskuustoimiston tuottamat kampanjamateriaalit.

Voit kysyä osallistujilta: mihin kampanjoihin oma osastosi osallistuu? TAI pyytää osallistujia viittaamaan, kun sanot: ”Osallistuuko osastosi Nälkpäivään, ystävnpäivään, Punaisen Ristin viikkoon, entä Rasisminvastaisen viikkoon?”

Osaston viestintäsuunnitelmaan kannattaa ottaa mukaan myös osaston omat koulutukset ja tapahtumat, joista osasto haluaa viestiä.

Dia 23 Tehtävä: Pariporina - hyvän viestin osa-alueet

Viestinnässä oleellista on, että on joku asia/viesti, jonka haluamme välittää tietylle kohderyhmälle jonkun kanavan kautta. Kun suunnittelee viestintää, on oleellista laatia aiheen/teeman pääviestit.

Juttele muutama minuutti parin kanssa aiheesta millainen on hyvä viesti? Mitä osa-alueita siihen kuuluu?

Tehtävän purku: jokainen pari kertoo **yhden** hyvän viestin osa-alueen. *Voit kirjoittaa osa-alueet nähtävälle fläppitauluun.*

- Viestin kohderyhmä mietitty – kenelle viesti on tarkoitettu? (esim. nuoret, seniorit, kaikki paikkakuntalaiset)
- Viestillä on tavoite, se kuuluu johonkin kokonaisuuteen/teemaan/kampanjaan. (esim. innostaa osastoon uusia jäseniä)
- Vastaa ytimekkäästi kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi, kuka, miten?
- Kieli: selkeää hyvää suomen kieltä, lyhyet lauseet, sisältö on mahdollisimman konkreettinen.
- Ilmaisussa huomioidaan se, missä kanavassa viesti esitetään: Esim. tiedotteen kieli vs. some. Somessa ilmaisu voi olla värikkäämpää ja persoonallisempaa kuin esim. tiedotteessa.

Dia 24 Visuaalisuus

Visuaalisuus on olennainen osa nykyaikaista viestintää. Viestinnän suunnittelussa on hyvä miettiä, millaisia kuvia viestinnässä tarvitaan.

Kannattaa pyytää vapaaehtoisilta kuvia osaston toiminnasta. Jos mahdollista, joskus kannattaa palkata ammattikuvaaja viestinnän tueksi. Paikallismedian ottamia kuvia voi pyytää osaston käyttöön (myös tätä varten kannattaa olla hyvät suhteet paikallisiin toimittajiin ja kuvaajiin).

Dia 25 Kuvausluvut ja -vinkit

Kuvatessa kannattaa muistaa:

- Nyrkkisääntö: julkisella paikalla voi kuvata ilman lupaa. Jos aiot julkaista kuvan ja kuvassa on viisi ihmistä tai vähemmän, kysy kuvauslupa.
- Pyydä Punaisen Ristin tilaisuuksissa ja auttamistilanteissa aina kuvauslupa, alaikäisten kohdalla vanhemmalta tai huoltajalta.
- Kerro kuvattaville kuvien käyttötarkoitus ja missä kuvat julkaistaan.

- Pyydä kirjallinen kuvauslupa auttamistilanteissa sekä alaikäisten vanhemmilta.

Vinkkejä hyvän kuvan ottamiseen:

- Ota kuva niin läheltä kuin voit.
- Suosi toimintakuvia.
- Ota kuvia ihmisistä.
- Huomio kuvattavan tilanne, haavoittuvuus.
- Sommittele kuva ja tausta.

Tämän ohjeen lopussa linkki kirjalliseen kuvauslupaun RedNetissä.

Koulutussisältö 7 (5 min) Esimerkkejä onnistuneesta osastoviestinnästä Diat 26-29

Dia 26

Alussa mainittiin esimerkki onnistuneesta osastoviestinnästä Hyrynsalmelta: kuinka yksi ajankohtainen Facebook -päivitys sai valtavan määrän jakoja.

Haluamme Punaisessa Ristissä kerätä jatkuvasti toimivasta paikallisesta viestinnästä esimerkkejä, joita voisi jakaa osastoille viestinnän ideoinnin tueksi. Tarjoa esimerkkejä RedNetin viestinnän kouluttajat -ryhmään.

Kouluttaja voi tässä osiossa esittää myös itse keräämiään osastoviestinnän esimerkkejä.

Dia 27

Esimerkki Turun osastosta uusien ensiapuryhmäläisten innostamisesta mukaan.

Aiemmin osasto markkinoi asiaa RedNetissä otsikolla 'uusien vapaaehtoisten perehdytysilta'. Osallistujia tuli mukavasti, kunnes v. 2018 osallistujia alkoi tulla koko ajan vähemmän.

Osasto muutti perehdytysillan nimeksi 'Tervetuloa ensiapuryhmään -ilta!' ja loi sille Facebook-tapahtuman. Tapahtumaa mainostettiin Turun alueen isoissa Facebook-ryhmissä, ja kehoitettiin vapaaehtoisia jakamaan ja osallistumaan tapahtumaan, jotta näkyvyys kasvaisi. Lisäksi tapahtumaa mainostettiin osaston RedNetissä, Instagramissa ja Twitterissä. Kaikki vapaaehtoisiksi ilmoittautuneet kehoitettiin ilmoittautumaan tapahtumaan Lyytin kautta.

Uusi ilme ja tehokkaampi markkinointi tuotti tulosta: tilaisuuteen tuli 13 uutta ensiaputoiminnasta kiinnostunutta. Onnistumisen takasivat: iskevä nimi (joka kertoi, että vapaaehtoisia haetaan nimenomaan ensiapuryhmään), tehokas markkinointi useissa eri kanavissa sekä mahdollisimman monen ihmisen tekemänä.

Alla kouluttajalle taustamateriaaliksi Turun osaston EA-illan postausteksti (liian pitkä luettavaksi diaan)



Suomen Punainen Risti Turun osasto lisäsi tapahtuman. ...

13. joulukuuta 2018 · 🌐

Aloita uusi harrastus, tule tutustumaan ensiapuryhmään!

Suomen Punaisen Ristin Turun osastolla on kaksi ensiapuryhmää, aikuisten ja nuorten (13-17v) ryhmät. Ensiapu on käytännönläheinen ja mukaansatempaava harrastus, jonka kautta voit kehittää omia taitojasi ja päästä esim. ensiapupäivystäjäksi tapahtumiin tai Vapaaehtoisen pelastuspalvelun auttajaksi!

Järjestämme torstaina 10.1.2019 klo 17.30 alkaen tutustumisillan uusille ensiaputoiminnasta kiinnostuneille vapaaehtoisille! Illassa sinulle selviää, mitä Punainen Risti tekee Turussa, Suomessa ja maailmalla sekä mitä kaikkea ensiapuryhmässä harrastaminen tarjoaa.

Iltaan osallistuminen ei sido sinua mihinkään, joten tule siis rohkeasti kuulemaan ja ota kaveritkin mukaan! Esittelemme sekä aikuisten että nuorten ryhmien toimintaa, joten iltaan kannattaa tulla vaikka koko perheen voimin.

Tutustumisilta järjestetään Turun osaston tiloissa osoitteessa Kauppiaskatu 12 A 5 (2. krs) eli ihan leffateatterin nurkilla. Jotta osaamme varata riittävästi mehua ja kahvia, käytän ilmoittautumassa mukaan viimeistään 7.1.2019: <https://www.lyyti.fi/reg/tervetuloa-sprturku>

Aloita iloinen ja hyödyllinen harrastus - tervetuloa ensiapuryhmään!

Dia 28 Kallio-Käpylän osasto, Ilta-Sanomat

Ilta-Sanomat oli kiinnostunut tekemään vapaaehtoisten vankilavierailuista juttua. Osasto tarjosi lehdelle sopivan vapaaehtoisen (jolle sopi haastattelu aiheesta). Juttua jaettiin osaston somekanavissa, jossa se sai paljon tykkäyksiä.

Osasto voi myös itse tarjota vapaaehtoistoiminnasta juttua paikallismedioille. Silloin on hyvä olla mietittynä sopiva haastateltava ja toimintaa koskevat mahdollisimman konkreettiset pääviestit, jotka toimittajalle halutaan tuoda esiin. Vinkkejä haastattelutilannetta varten voi antaa osaston viestijä, piiri tai myös keskustoimiston viestintä (jos kyse on valtakunnan mediasta).

Kannattaa aina muistaa pyytää toimittajalta juttu tarkistettavaksi ennen julkaisua. Journalistin ohjeiden mukaan haastateltavalla on oikeus tarkistaa omat sitaatit ennen julkaisua.

Dia 29 Rovaniemen osasto, instagram

Osasto tarjoaa tapahtumiin osaston ensiapuryhmää, jolla on käytössä päivystyspalveluauto.

Selkeä ja positiivinen kuva kiinnittää huomion. Kuvassa on hyvä olla ihminen, joka edustaa toimintaa, tässä tapauksessa EA-ryhmää. Kuvassa on hyvä valo ja se on tarpeeksi yksinkertainen.

Instagram päivitys ohjaa lukijan eteenpäin: lue lisää verkkosivuiltamme.

Koulutussisältö 8 (5 min) Viestintämateriaalit

Dia 30

Esittele teoriaosuuden lopuksi vielä lyhyesti missä Punaisen Ristin viestintämateriaalit ovat ja kerro Punaisen Ristin ilmeestä sekä valtakunnallisista viestintäkanavista.

Kannattaa rohkaista kaikkia osallistujia kirjautumaan Punaisen Ristin aineistopankkiin, jos he eivät vielä ole sitä tehneet.

Aineistopankissa on Punaisen Ristin julkaistavissa olevat valokuvat sekä viestintäohjeita ja -pohjia (mm. kirje-, PowerPoint – ja ilmoituspohjat, vuosikello).

Voit avata aineistopankin ja näyttää sieltä valokuvat ja aineistot -osiot.

RedNetin viestintäsivuilla on mm. some-ohjeita sekä Näin toimit median kanssa -ohje.

RedNetin TietoTaito -sivuilla on mm. tietoa Punaisen Ristin kampanjoista.

Koulutussisältö 9 (5 min) Punaisen Ristin ilme

Dia 31

Muistuta, että Punaisella Ristillä on koko maassa sama ja oma ilme sekä tarkat graafiset ohjeet siihen, miten esimerkiksi Punaisen Ristin merkkiä voi käyttää. Esimerkiksi: tunnuksemme pitää aina olla valkoisella pohjalla. Graafiset ohjeet ovat aineistopankissa. Kannattaa tutustua niihin siellä.

Ohjeita on tärkeää noudattaa. Jos on epävarma jostain, kannattaa kysyä asiaa omasta piiristä tai keskustoimiston viestinnän palvelut -yksiköstä.

Järjestömme tunnistetaan yhtenäisestä ilmeestä. Se tuo meille uskottavuutta ja sillä me erotumme muista.

Koulutussisältö 10 (5 min) Punaisen Ristin valtakunnalliset viestintäkanavat Dia 32

Tässä vielä lopuksi Punaisen Ristin valtakunnallisten viestintäkanavien osoitteet. Tutustukaa näihin!

Lisäksi linkki, josta voi tilata STT:n kautta lähettämämme tiedotteet suoraan omaan sähköpostiin.

Info@punainenristi.fi -sähköpostiosoitteeseen voi ohjata järjestöä koskevat kysymykset, joihin ei tiedä vastausta. Keskustoimiston viestintä seuraa osoitetta säännöllisesti virka-aikana ja vastaa kysymyksiin.

TAUKO! 15-30 min

Koulutussisältö 11 (1 h 15 min) Käytännön harjoitus: Viestinnän suunnittelu Diat 34-37

Dia 34

Käytännön harjoituksessa pääsette ryhmissä suunnittelemaan viestintää itse valitsemaanne Punaisen Ristin kampanjaan. Se voi olla esim. nälkäpäivä, ystävänpäivä tai uusien jäsenten hankinta.

Tehtävän tavoitteena on

- hahmottaa, millaista on konkreettinen viestinnän suunnittelu ja
- huomata osaston eri vapaaehtoisten toimet viestinnässä

Tehtävän tekemiseen on aikaa 20 min: Pohtikaa ryhmässä seuraavia asioita ja kirjatkaa ne ylös. Päätäkää myös, kuka esittelee ryhmän tuotoksen.

- Mitä viestintätekoja tekisitte (1-3) (esim. tiedote, juttutarjous paikalliseen mediaan, some-päivitys)
- Mikä on viestinnän kohderyhmä (kenelle?) ja mihin kanavaan?
- Päättäkää mikä olisi tärkein viestintätekonne ja miksi?
- Ketkä osastosta ovat mukana tekemässä viestintää ja mitä he tekevät?
- Millaiset resurssit tarvitaan? (realistiset)

Saatte avuksi viestintäsuunnitelmapohjan (A3 paperilla), johon voitte täyttää a) tärkeimmän viestintäteon, b) kohderyhmän ja c) kanavan sekä d) ketkä ovat mukana tekemässä viestintää

Jakaudutaan 3-4 hengen ryhmiin (esim. ottamalla luku 1-2-3-4. Ykköset yksi ryhmä, kakkoset toinen jne.)

Ryhmä valitsee yhden Punaisen Ristin kampanjan tai uusien jäsenten hankinnan.

Diat 35-36

Ohjaa ryhmät omille paikoilleen. Pyydä jokaista ryhmää valitsemaan teema, jonka viestintää ryhmä suunnittelee. Näytä kampanjoiden viestintätavoitteet -dia ja pyydä pitämään sen mielessä viestinnän suunnittelussa.

Kierrä ryhmissä seuraamassa harjoitusta ja anna tarvittaessa lisäohjeita osallistujille.

Dia 37

Tehtävän purkamisen ryhmä kerrallaan. Tehtävä puretaan niin, että yksi ryhmän jäsen (tai ryhmän halutessa kaksikin jäsentä) esittelee 1) Mihin kampanjaan he suunnittelivat viestintää 2) Mikä oli tärkein viestintäteko ja miksi? 3) Mitä ahaa-elämyksiä harjoituksessa tuli koskien viestinnän suunnittelua.

Auta ryhmää tarvittaessa kysymällä lisäkysymyksiä.

Voit lopuksi vetää eri ryhmistä tulleet ahaa-elämykset yhteen ja korostaa sitä, että viestintä on usein yhteistyötä, suunnitteluun kannattaa käyttää aikaa ja miettiä, mikä on (vaikutuksiltaan) tärkein viestintäteko ja keskittyä siihen (etenkin, jos resursseja ja työvoimaa on vähän).

Huom! Jos ryhmiä on neljä, purkamiseen on aikaa max 10 minuuttia/ryhmä. Tarkkaile ajankäyttöä siten, että lopetukseen ja yhteenvetoon jää ryhmätyön jälkeen vielä 15 minuuttia aikaa.

Dia 38 Koulutuksen yhteenveto ja lopetus (15 min)

Kertaa lopuksi vielä muutama asia, jotka haluaisit osallistujien muistavan koulutuksesta.

- Osastoviestinnän suuri merkitys: osasto on omalla paikkakunnalla Punaisen Ristin kasvot
- Viestintää kannattaa suunnitella: kaikesta ei ole järkeä viestiä - tehokas viestintä on valintoja
- Osaston tiedottajalla (jos sellainen on olemassa) on päävastuu viestinnästä. Paras viestintä syntyy kuitenkin yhteistyönä!
- Jokainen voi olla osa Punaisen Ristin viestintää
- Muistakaa: Tarjolla on tukea ja valmiita materiaaleja. Älä jää yksin miettimään asiaa, vaan pyydä apua!

Jos muistatte yhden asian koulutuksesta, niin se on:

- Rohkeasti mukaan viestimään – yhdessä muiden kanssa. Ehdota aiheita, tapahtumia, tarjoa kuvia, jaa somessa Punaisen Ristin päivityksiä!

Seuraavaksi kannattaa osallistua Somen käyttö osastossa -moduuliin. Koulutuksessa saa lisätietoa eri somekanavista ja niiden käytöstä osastoviestinnässä (erityisesti Facebook ja Instagram), käytännön vinkkejä

toimivista some-viesteistä ja oppii ymmärtämään somen sisällöntuotantoa. Moduulin kohderyhmänä ovat vapaaehtoiset, joilla on jo (vähintään oma) sometili ja jonkin verran kokemusta some-viestinnästä.

Voit vielä sanoa: Haluaisin kuulla, mitä teille jäi mieleen tästä koulutuksesta? Tai mitä voisit mukanasi omaan osastoon? Haluaisiko joku jakaa kaikille oman oivalluksensa tai asian, jonka vie täältä mukanaan?

Koulutuksen arviointi ja loppukeskustelu (5 min)

Pyydä, että osallistujat täyttävät palautelomakkeen tästä koulutuksesta.

Liitteet: RedNetissä Viestinnän kouluttajat -ryhmässä (pyydä pääsyä ryhmään)

<https://rednet.punainenristi.fi/viestinnankoulutus>

- Osastoviestinnän perusteet -diat
- Punainen Risti kuvina -tauoton diaesitys
- Osastoviestinnän perusteet, kurssirunko
- Osastoviestinnän perusteet, kouluttajan ohje
- Viestintäsuunnitelma A3 (ryhmätyötä varten)
- Palautelomake
- Vuosikello 2020 - Punaisen Ristin viestintäkampanjat ja -teemat (myös aineistopankissa)
https://aineistopankki.punainenristi.fi/f/p_j5
- Mediatiedotteen malli

- Osastoviestinnän perusteet -diaesitys (pdf) RedNetin Tieto ja Taito -osiossa. Voit jakaa tämän linkin osallistujien kanssa: <https://rednet.punainenristi.fi/viestinta>
- Viestintäsuunnitelman pohja: <https://rednet.punainenristi.fi/node/54096>

Linkit Punaisen Ristin verkkosivuille, sosiaalisen median kanaviin, RedNetiin ja aineistopankkiin:

www.punainenristi.fi/uutiset

www.facebook.com/punainenristi

www.twitter.com/punainenristi

www.instagram.com/punainenristi

<https://rednet.punainenristi.fi/viestinta>

<https://rednet.punainenristi.fi/tietotaito>

<http://aineistopankki.punainenristi.fi>